

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM DALAM KEMAJUAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI

Hisny Fajrussalam¹, Intan Dwiyaniti², Nisrina Fairuz Salsabila³,
Rinanda Aprillionita⁴, Siti Auliakhasanah⁵
Universitas Pendidikan Indonesia
sitiauliakhasanah@upi.edu

Abstract

In this era of increasing globalization, many people use various social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, WhatsApp, etc. Many people use social media platforms that aim to achieve their desires such as social, economic and religious. Social media also has a big impact on anyone who use it positively, such as preachers who always provide many benefits to Muslim brothers and sisters in spreading da'wah. With social media, da'wah can be heard anytime and anywhere. The purpose of preaching is to always remind all that life in this world is only temporary and the hereafter is an eternal place, and the most powerful is only Allah SWT. This study aims to find out about the use of social media as a medium for Islamic da'wah in the advancement of technological development. In this study, a survey was conducted on 52 respondents from among lecturers/teachers, students, and the general public. The result obtained from the research are a discussion of knowing and understanding the use and role of social media as a medium of da'wah and the challenges, opportunities and threats of preaching in social media.

Keywords : *Globalization, Social Media, Da'wah*

Abstrak : Dalam era globalisasi yang terus meningkat, saat ini banyak masyarakat yang menggunakan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, WhatsApp, dan lain-lain. Banyak masyarakat menggunakan platform media sosial yang bertujuan untuk mencapai keinginannya, seperti sosial, ekonomi, maupun keagamaan. Media sosial pun sangat berdampak besar bagi siapa saja yang menggunakannya secara positif, seperti para pendakwah yang selalu memberikan banyak manfaat kepada saudara-saudari muslim dalam menyebarkan dakwah. Dengan media sosial, dakwah bisa didengarkan kapan saja dan dimana saja. Tujuan dari berdakwah adalah untuk selalu mengingatkan kepada sesama bahwa hidup di dunia hanyalah sementara, dan akhirat lah tempat kekal abadi, dan yang paling berkuasa hanya Allah SWT. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam dalam kemajuan perkembangan teknologi. Dalam penelitian ini dilakukan survei terhadap 52 responden dari kalangan dosen/guru, mahasiswa, pelajar, dan masyarakat umum. Hasil yang didapat dari

penelitian ini adalah pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah, tantangan, peluang, serta ancaman berdakwah di media sosial.

Kata Kunci : Globalisasi, Media Sosial, Dakwah

PENDAHULUAN

Ilmu pengetahuan dan teknologi di era sekarang sudah melejit dengan berbagai potensi kemajuan yang diciptakan. Kemajuan ini menawarkan kemudahan-kemudahan dalam segala sisi kehidupan manusia, diantaranya bidang pendidikan dan keagamaan yang ikut menjadi bagian dari kemajuan yang ada. Di zaman yang terus berkembang ini semua elemen masyarakat berinovasi untuk terus berkembang dengan teknologi sebagai faktor pendorong utama. Ilmu Pengetahuan dan teknologi memiliki peranan penting bagi manusia, juga bagi umat Islam. Kemajuan dan kemudahan yang ditawarkan salah satunya memudahkan dalam kegiatan agama. Dalam Al-Qur'an, kita selalu di anjurkan untuk selalu mencari ilmu, sebagaimana Al-Qur'an menjelaskan bahwa Allah SWT akan mengangkat derajat orang-orang yang berilmu. Hal inilah membuat Islam menjadi agama yang sangat menjunjung tinggi ilmu pengetahuan.

Pandangan islam terhadap teknologi yaitu Islam tidak pernah mengekang umatnya untuk mampu lebih maju dan modern.¹ Islam sangat mendukung para umatnya untuk dapat me-research dan bereksperimen terhadap hal-hal baru, termasuk teknologi. Dalam pandangan islam, teknologi sebagai ayat-ayat Allah SWT yang perlu terus digali dan dicari kebenaran dan keberadaannya. IPTEK dalam sudut pandang islam yaitu sebagai bentuk pengkajian terhadap sunnatullah secara obyektif dengan memberi pemahaman kepada umat manusia sesuai nilai-nilai keislaman.²

Perkembangan kemajuan internet menjadi aspek yang bisa dimanfaatkan untuk menciptakan ide/kebiasaan baru. Munculnya media jejaring sosial seakan mengambil

¹ Sumarni, T., Tinggi, S., Islam, A., &Bengkalis, N. (2017). SCIENTIFIC LEARNING: KONSEP IPTEK DAN KETERPADUANNYA DALAM AL-QUR'AN.

² Sumarni, T., Tinggi, S., Islam, A., &Bengkalis, N. (2017). SCIENTIFIC LEARNING: KONSEP IPTEK DAN KETERPADUANNYA DALAM AL-QUR'AN.

alih dunia. Menurut Rohani (1997) dan Putri (2020) mengemukakan bahwa media merupakan segala bentuk dan saluran yang dipergunakan dalam proses penyaluran informasi.³ Sementara, media sosial sendiri merupakan media online yang mendukung berbagai interaksi sosial dan media sosial juga menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Penggunaan media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Kemudahan yang ditawarkan sebagai penghubung interaksi dan komunikasi menjadi awal dari urgensi kebermanfaatan. Perkembangan kemajuan teknologi komunikasi menciptakan luaran/produk-produk baru yang inovatif. Lahirnya pola komunikasi baru menjadi salah satu bagian dari kemajuan menggunakan media sosial. Untuk itu, media sosial memegang peranan yang sangat penting sebagai wadah serta inovasi dalam melakukan komunikasi.

Komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu proses dimana seorang atau sekelompok orang menyampaikan sebuah rangsangan dengan tujuan untuk mengubah perilaku insan-insan lainnya (disebut komunikan).⁴ Hal tersebut sejalan dengan pendapat Sepriadi (2020), bahwa setiap kegiatan komunikasi dilakukan untuk mencapai persamaan makna bagi komunikator dan komunikan.⁵ Proses komunikasi ini dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun selama ada komunikator ataupun suatu media yang digunakan untuk berkomunikasi.

Menurut Jalaluddin R. (2008), media dipahami sebagai perluasan dari kemampuan manusia dalam menerima sebuah rangsangan.⁶ Untuk itu, sekarang ini sosial media banyak digunakan pendakwah sebagai salah satu media komunikasi juga media berinteraksi langsung dengan jemaatnya. Proses komunikasi tersebut dapat dilakukan dengan mudah tanpa adanya tatap muka langsung antara pendakwah dan jemaat. Oleh karena itu, jejaring sosial dianggap mampu untuk mengimplementasikan perannya. Media sosial bisa menjadi celah untuk penyampaian ilmu pengetahuan salah satunya keagamaan dengan terus menyelaraskan pesan dakwah.

³ Putri, N. Q. (2020). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Qraved sebagai Media Memilih Tempat Makan. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2 (1), 22-23.

⁴ Suhandang, Kustadi. (2007). *Manajemen Pers Dakwah Perencanaan hingga Pengawasan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2008), p. 220

⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2008), p. 220

Hal ini dapat dipahami sebagaimana yang disampaikan oleh hadist Rasulullah SAW :

أَيُّمُّوْا لَوْ عَنَّا بَلَّغُوا

“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari). Jika kita kembangkan pengertian dari hadist tersebut, maka inilah mengapa kita perlu terus menyampaikan pesan dakwah dan nilai-nilai islam, dengan cara yang baik dan memperhatikan media serta metode yang digunakan.

Dakwah merupakan kegiatan yang melibatkan unsur-unsur tertentu di dalamnya, dan membentuk sistem yang berhubungan untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri.⁷ Berdakwah sebagai bentuk ajakan terhadap seseorang untuk berada pada jalan yang benar juga bentuk penyampaian pesan-pesan yang bermanfaat pada orang banyak baik melalui tatap muka maupun penyebarluasan pada media sosial.⁸

Dalam melakukan dakwah, dibutuhkan suatu media yang mampu mewadahnya.⁹ Dengan adanya perkembangan IPTEK yang di dalamnya termasuk media sosial, menjadi peluang bagi seluruh pendakwah dunia, termasuk Indonesia dalam rangka menyebarluaskan dakwahnya dengan mudah ke khalayak umum, bahkan dunia. Perkembangan teknologi yang pesat bisa menjadi implementasi media dakwah.¹⁰ Untuk itu, para pendakwah juga dituntut untuk kreatif dalam menggunakan ilmu dan teknologi, juga dalam membawakan pesan dari dakwah-dakwah yang positif dan membangun sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pendengarnya.

⁷ Fauzia Zahra, U., Sarbini, A., Shodiqin, A., Komunikasi dan Penyiaran Islam, J., Dakwah dan Komunikasi, F., Sunan Gunung Djati, U., & Manajemen Dakwah, J. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. Dipublikasikan: Juni.

⁸ Nurlina. (n.d.). BERDAKWAH DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENYEBAR DAKWAH DI ERA DIGITAL.

⁹ Suharto, S. (2017). MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI DAKWAH (Vol. 13).

¹⁰ Muhammad Robbani dan Rhafidilla Vebrynda SIKOM, A. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STRATEGI NURUL AZKA DALAM MENGELOLA AKUN @NUNUZOO).

METODE

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode kuisisioner. Penelitian kuantitatif digunakan agar hasilnya menekankan pada data-data angka yang dapat diolah dengan statistika. Colton dan Covert (2007) berpendapat bahwa data yang bisa disortir dapat diperoleh dari teknik pengambilan sebuah data dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, di kategorisasi dan dihitung serta kumpulan data-data tersebut dapat diringkas secara numerik dalam bentuk grafis, diagram, analisis statistik dan sejenisnya.¹¹

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian dan penyebaran kuisisioner ini diberikan kepada semua khalayak umum, baik mahasiswa/pelajar, guru/dosen maupun masyarakat luas lainnya, karena penggunaan sosial media di masa sekarang sudah berkembang luas.

Waktu dan Tempat Penelitian

- Waktu Penelitian

Waktu untuk penelitian ini berlangsung selama bulan Februari 2022 sampai Maret 2022. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut :

Tahap	Waktu							
	17 Feb	22 Feb	23 Feb	24 Feb	25 Feb	26 Feb	5 Maret	11 Maret
1) Perencanaan	✓							
2) Pelaksanaan		✓	✓	✓				
3) Analisis Data					✓	✓		
4) Penyusunan Laporan							✓	✓

¹¹ David Colton & David W. Covert.2007. Designing and Constructing Instruments for Social Search and Evaluation. San Fransisco: John Wiley & Son Inc.

- Tempat Penelitian

Tempat berlangsungnya penelitian ini adalah melalui Google Formulir.

Teknik Pengumpulan Data

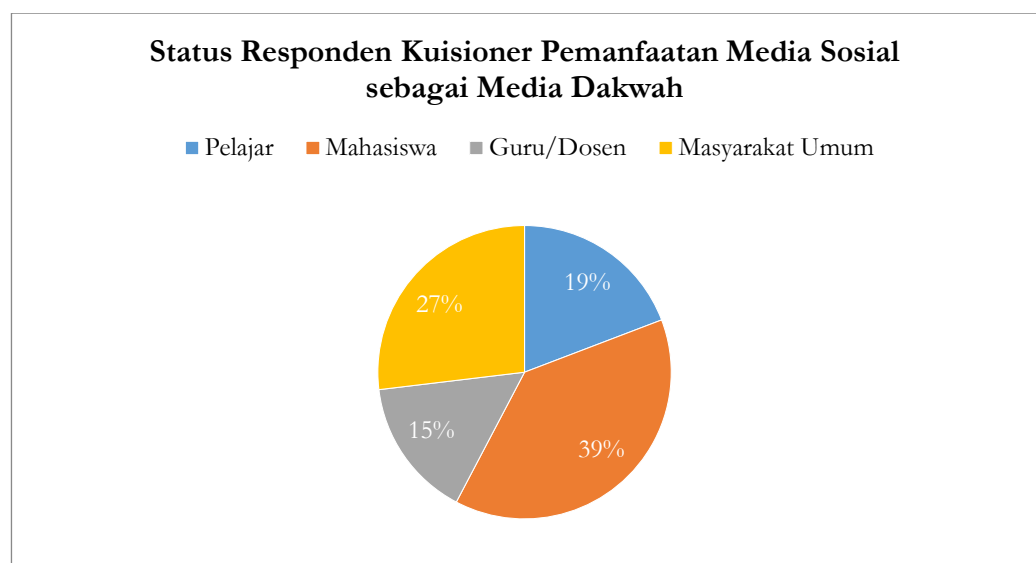
Colton (2007) menjabarkan bahwa dalam proses pengumpulan data menggunakan teknik kuantitatif, dapat dilakukan dengan mengumpulkan informasi secara ringkas baik berbentuk tabel, grafik dan sejenisnya.¹²

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dihasilkan dari kuisisioner yang telah disebar luaskan dan diisi oleh banyak responden. Berdasarkan jenis penelitiannya, penelitian ini pula memang menitik beratkan informasi yang diperoleh dari berbagai responden supaya dapat diolah secara numerik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuisisioner, dengan perolehan hasil responden sebanyak 52 responden sebagai berikut :



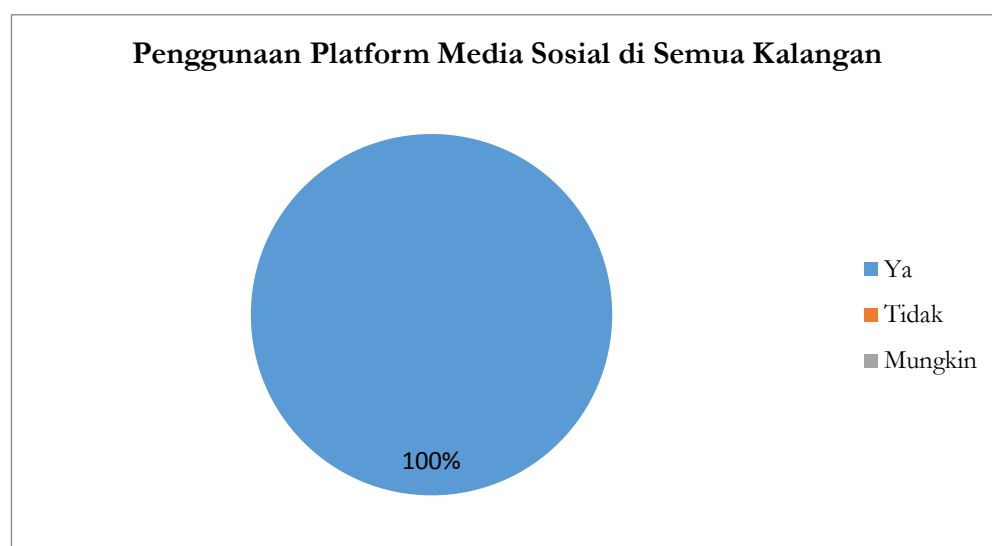
Gambar 1. Perolehan Responden

¹² David Colton & David W. Covert. 2007. *Designing and Constructing Instruments for Social Search and Evaluation*. San Fransisco: John Wiley & Son Inc.

Berdasarkan diagram di atas, menunjukkan bahwa responden yang mengikuti penelitian didominasi oleh mahasiswa, yaitu sebanyak 20 orang (38,5%). Untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial untuk berdakwah, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan untuk diisi oleh responden secara sukarela. Berikut ini beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden :

1. Apakah anda menggunakan platform media sosial?

Pertanyaan ini diajukan untuk melihat seberapa besar eksistensi media sosial di kalangan masyarakat luas. Berikut hasil survei penggunaan platform media sosial :



Gambar 2. Eksistensi Media Sosial

Berdasarkan diagram di atas, semua responden yang mengikuti kuisisioner sudah menggunakan platform media sosial.

2. Apakah anda sering menemukan dakwah/ceramah, dan lain-lain di media sosial yang anda gunakan?

Tabel 1. Penemuan Dakwah di Media Sosial

No	Opsi	Mahasiswa	Pelajar	Guru/Dosen	Masyarakat	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Ya	20	10	8	14	52	100
2	Tidak	-	-	-	-	-	0
Jumlah		20	10	8	14	52	100

Berdasarkan tabel di atas mengenai apakah anda sering menemukan dakwah/ceramah, dan lain-lain di media sosial yang anda gunakan, yang sering menemukan dakwah/ceramah di media sosial untuk para mahasiswa, terdapat sekitar 20 orang (38,5%) dari jumlah total mahasiswa melakukan survei. Untuk kalangan pelajar, terdapat sekitar 10 orang (19,2%) dari jumlah total pelajar yang melakukan survei. Untuk guru/dosen terdapat sekitar 8 orang (15,4%) dari jumlah total guru/dosen yang melakukan survei. Lalu, untuk masyarakat terdapat sekitar 14 orang (26,9%) dari jumlah total masyarakat yang melakukan survei. Dari data ditemukan bahwa jumlah orang yang memilih opsi “Ya” sekitar 52 orang atau 100% dari total jumlah 52 orang yang mengikuti survei.

3. Apakah penggunaan media sosial sebagai media dakwah di nilai efektif dan efisien atau bermanfaat?

Tabel 2. Keefektifan Berdakwah di Media Sosial

No	Opsi	Mahasiswa	Pelajar	Guru/Dosen	Masyarakat	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Ya	20	10	7	12	49	94,23%
2	Tidak	-	-	1	2	3	5,77%
Jumlah		20	10	8	14	52	100

Berdasarkan tabel di atas mengenai penggunaan media sosial sebagai media dakwah dinilai efektif dan efisien atau bermanfaat, ditemukan sebanyak 94,23% dari survey tersebut setuju dalam penggunaan media sosial sebagai media dakwah dinilai efektif, dan 5,77% tidak menyetujui bahwa penggunaan media sosial sebagai media dakwah dinilai efektif. Dari sebagian besar 94,23% persentase yang setuju dengan adanya penggunaan media sosial sebagai media dakwah yang dinilai efektif dan efisien memberikan alasan seperti media dakwah yang dilakukan dinilai mudah untuk dijangkau dan diakses kapan saja oleh seluruh kalangan masyarakat, selain itu platform media sosial bisa bermanfaat bagi siapa

saja yang melihatnya dan sebagian orang yang terlibat survey sangat setuju dengan adanya penggunaan media sosial sebagai media dakwah apalagi dengan adanya kemajuan globalisasi saat ini. Jadi bisa dikatakan jika penggunaan media sosial sebagai media dakwah dinilai efektif, efisien dan bermanfaat.

4. Apakah anda sering menemukan hal-hal negatif dari adanya dakwah di jejaring sosial? (Seperti potongan video ceramah yang menimbulkan kesalahpahaman karena video yang tidak utuh, dan lain-lain). Menurut anda, apa yang harus diperbaiki dari masalah tersebut?

Tabel 3. Penemuan Hal Negatif Berdakwah di Media Sosial

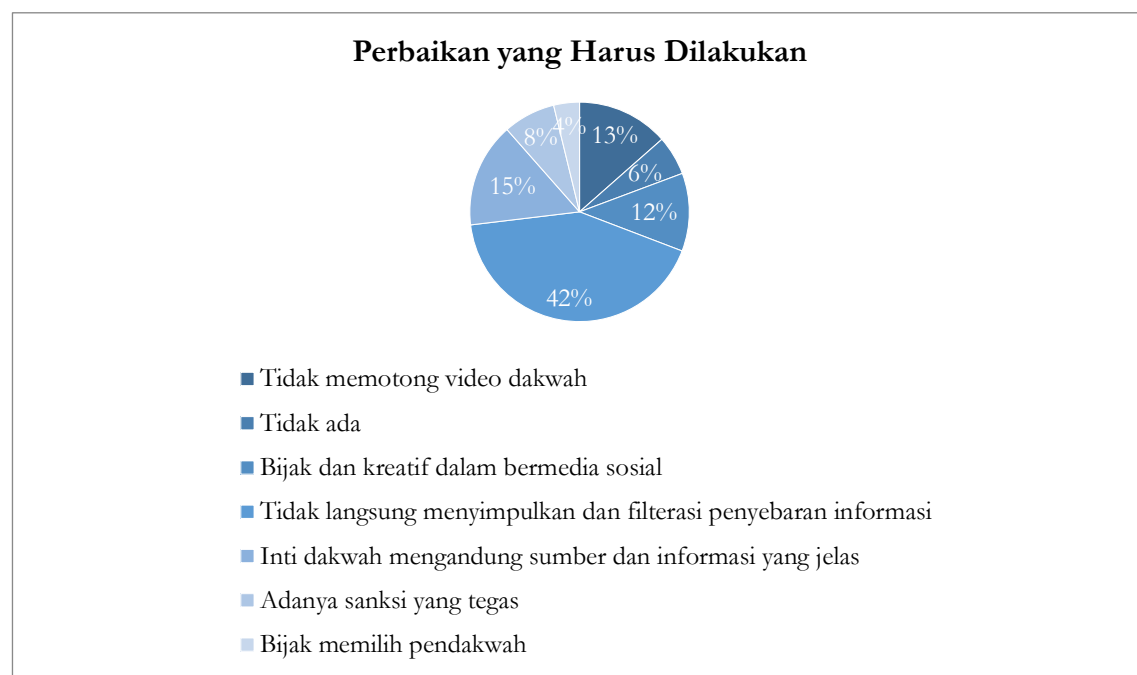
No	Opsi	Mahasiswa	Pelajar	Guru/Dosen	Masyarakat	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Ya	15	8	8	10	41	78,8%
2	Tidak	5	2	-	4	11	21,2%
Jumlah		20	10	8	14	52	100

Berdasarkan tabel di atas tentang penemuan hal-hal negatif dari adanya dakwah di jejaring sosial, yang sering menemukan adanya hal-hal negatif dari dakwah di sosial media sekitar 15 siswa (75%) dari jumlah total mahasiswa yang melakukan survey. Di kalangan masyarakat umum terdapat 10 orang (71,4%) dari jumlah total masyarakat umum yang melakukan survey. Untuk kalangan pelajar, terdapat 8 orang (80%) dari jumlah total pelajar yang melakukan survey. Lalu di kalangan guru/dosen yang melakukan survey, sebanyak 8 orang (100%) dari jumlah total guru/dosen yang melakukan survey, semua setuju bahwa mereka sering menemukan hal-hal negatif dari adanya dakwah di jejaring sosial ini.

Sementara itu, di kalangan orang yang melakukan survey ini, terdapat juga yang tidak/belum menemukan hal-hal negatif dari adanya dakwah di jejaring sosial, diantaranya ada di kalangan mahasiswa sebanyak 5 orang (25%) dari jumlah total, kalangan masyarakat umum diketahui sebanyak 4 orang (28,5%) dari jumlah total, kalangan pelajar sebanyak 2 orang (20%)

dari jumlah total. Serta sementara di kalangan guru/dosen tidak ada yang tidak pernah menemukan hal-hal negatif dalam dakwah di jejaring sosial.

Dari data tersebut, ditemukan bahwa jumlah kalangan yang setuju atau pernah menemui hal-hal negatif dakwah di jejaring sosial terdapat 41 orang dengan persentase 78,8% dari jumlah total 52 orang yang melakukan survey. Sementara jumlah kalangan yang tidak pernah menemukan hal negatif dakwah di jejaring sosial terdapat 11 orang dengan persentase 21,2% dari jumlah 52 orang yang melakukan survey.



Gambar 3. Perbaikan dalam Berdakwah di Media Sosial

Dari diagram perbaikan yang harus dilakukan, terlihat bahwa persentase orang yang menyarankan untuk tidak langsung menyimpulkan dan harus melakukan filterasi terhadap penyebaran informasi video dakwah sangat dominan, yakni sekitar 42% atau 22 orang dari 52 peserta survey ini. Menempati posisi kedua, jumlah persentase yang menyarankan perbaikan dalam inti dakwahnya yang juga harus mengandung informasi yang jelas, terdapat 15% atau berjumlah 8 dari 52 orang.

Di posisi ketiga, jumlah orang yang menyarankan untuk tidak memotong video dakwah terdapat 7 dari 52 orang atau sebanyak 13%. Selanjutnya, terdapat 12% atau sekitar 6 orang dari 52 orang yang menyarankan untuk lebih bijak dan kreatif dalam bermedia sosial. Lalu, terdapat 4 dari 52 orang atau 8% untuk menyarankan diadakannya sanksi yang tegas terhadap pelaku penyebaran dakwah yang berdampak negatif di media sosial.

Selain itu, terdapat 3 dari 52 orang atau 6% orang yang sudah merasa aman dalam video-video dakwah yang tersebar di jejaring sosial, sehingga menurutnya tidak ada lagi perbaikan yang harus dilakukan dalam video dakwah yang beredar ini. Terakhir, terdapat 4% atau 2 dari 52 orang yang menyarankan agar lebih bijak dalam memilih pendakwahnya.

PEMBAHASAN

Mini riset ini dilakukan terhadap kalangan yang sudah melek digital, terutama yang pernah atau sering melihat video-video tentang dakwah yang kian beredar di media sosial. Jumlah responden yang ikut serta dalam pelaksanaan mini riset ini berjumlah 52 orang yang terdiri atas kalangan mahasiswa, pelajar, guru/dosen dan masyarakat umum.

Para responden yang melakukan survey ini 100% telah memiliki akun media sosial masing-masing. Hal ini sesuai dengan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia yang meningkat pesat. Menurut Rita Rismala, dkk (2021) pengguna internet pada tahun 2019-2020 yaitu sebanyak 196.714.070,3 dari populasi masyarakat Indonesia yang berjumlah 266.911.900 jiwa, sehingga dapat diperoleh nilai persentasenya yaitu 73,7%. Hal tersebut menjadi alasan kuat penyebab responden yang melakukan survey ini 100% memiliki media sosial masing-masing.

Dari 100% responden yang memiliki media sosial, ternyata mereka juga sering menemukan dakwah/ceramah di media sosial yang mereka gunakan tersebut. Bahkan, jumlah responden yang sering menemukan dakwah/ceramah di media sosialnya mencapai 100% dari jumlah keseluruhan 52 orang.

Selanjutnya, sebanyak 49 orang (94,23%) dari jumlah total keseluruhan berpendapat bahwa penggunaan media sosial sebagai media dakwah dinilai efektif dan efisien. Hal ini didukung dengan beberapa pernyataan atau alasan, diantaranya dengan pesatnya internet dapat memudahkan tiap orang untuk mencari atau membagikan setiap informasi salah satunya yang berupa dakwah/ceramah.

Terakhir, sebanyak 41 orang (78,8%) menilai bahwa mereka sering menemukan hal negatif dari penggunaan media sosial sebagai media dakwah. Hanya 21,2% atau sebanyak 11 orang yang tidak terpengaruh pada hal-hal negatif yang timbul.

KESIMPULAN

Dalam keberadaan IPTEK, terdapat sosial media sebagai salah satu bentuk perkembangan dari teknologi yang juga memegang peran penting sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi masa kini. Untuk itu, media sosial sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi ini, dijadikan peluang besar bagi para pendakwah khususnya Indonesia sebagai sarana penyebaran dakwah islamiah. Hasil survey kami terhadap 52 orang dari kalangan masyarakat umum, mahasiswa, pelajar, dan guru/dosen yang sudah mempunyai sosial media dan sering menemukan dakwah/ceramah di media sosial yang mereka gunakan, ternyata 94,23% dari 52 responden setuju jika media sosial sangat bermanfaat sebagai media dakwah islami masa kini, dilihat dari kemudahannya untuk di akses. Di sisi lain, mereka juga sering menemukan hal-hal yang menjadi ancaman dan tantangan dalam berdakwah di media sosial, sebanyak 78,8% dari 52 responden setuju akan hal tersebut. Untuk itu, 42% responden memberikan saran agar pengguna media sosial tidak langsung menyimpulkan informasi yang didapat dari dakwah-dakwah yang beredar. Selain itu, filterisasi informasi sangat penting sebelum menyebarkan kembali berita yang didapat dalam media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- David Colton & David W. Covert. 2007. *Designing and Constructing Instruments for Social Search and Evaluation*. San Fransisco: John Wiley & Son Inc.
- Fauzia Zahra, U., Sarbini, A., Shodiqin, A., Komunikasi dan Penyiaran Islam, J., Dakwah dan Komunikasi, F., Sunan Gunung Djati, U., & Manajemen Dakwah, J. (2016). *Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*. Dipublikasikan: Juni.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2008), p. 220
- Muhammad Robbani dan Rhafidilla Vebrynda Sikom, A. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STRATEGI NURUL AZKA DALAM MENGELOLA AKUN @NUNUZOO)*.
- Nurlina. (n.d.). *BERDAKWAH DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENYEBAR DAKWAH DI ERA DIGITAL*.
- Putri, N. Q. (2020). *Efektivitas Penggunaan Aplikasi Qraved sebagai Media Memilih Tempat Makan*. Jurnal Pewarta Indonesia, 2 (1), 22-23.
- Rismala, Rita, dkk. "Kajian Ilmiah dan Deteksi Adiksi Internet dan Media Sosial di Indonesia Menggunakan XGBoost". JEPIN (Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika) 7.1 (2021): 1-11.
- Saputra, S. (2020). *Efektivitas Komunikasi Interpersonal dalam Kegiatan Pembelajaran Melalui Media WhatsApp Group*. Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, 7 (1), 11-21.
- Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, H. Z. (n.d.). *ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM AL-QUR'AN SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI DI ERA DIGITALISASI*.
- Suhandang, Kustadi. (2007). *Manajemen Pers Dakwah Perencanaan hingga Pengawasan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suharto, S. (2017). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI DAKWAH* (Vol. 13).
- Sumarni, T., Tinggi, S., Islam, A., & Bengkalis, N. (2017). *SCIENTIFIC LEARNING: KONSEP IPTEK DAN KETERPADUANNYA DALAM AL-QUR'AN*.
- Usman, F., Wilayah, J. P., & Kota, D. (n.d.). *Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah* (Vol. 1, Issue 01).
- Wibowo, A., Tinggi, S., Islam, A., & Purworejo, A.-N. (2019). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL* (Vol. 03, Issue 02).
- Wibowo, Ari. "Kebebasan Berdakwah di Youtube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media". Mawa'izh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan 9.2 (2018): 224-238.